

<<公共关系学实用教程>>

图书基本信息

书名：<<公共关系学实用教程>>

13位ISBN编号：9787301174722

10位ISBN编号：7301174721

出版时间：2012-9

出版时间：北京大学出版社

作者：任焕琴 编

页数：340

字数：513000

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<公共关系学实用教程>>

内容概要

《21世纪全国高等院校财经管理系列实用规划教材：公共关系学实用教程》以关系为逻辑起点，以和谐理论为基本假设，以组织—公众—环境—关系为基本概念，以系统论的道德取向为研究方法，以多学科的关系理论为理论依据，以社会文化条纹的组织为主体定位，以调查研究和对话为传播方式，以实现组织利益和公共利益的和谐为最终目标，结合我国公共关系学的实践和最新研究成果，系统地介绍了公共关系学的宏观层面和公共关系理论体系。

《21世纪全国高等院校财经管理系列实用规划教材：公共关系学实用教程》从章节的选取、分篇，到具体内容的写作和案例的选用，始终注重应用性和可操作性。本书在每章章首提出了教学目标、教学要求，并导入案例，同时附有复习题、案例应用和知识链接，以便于读者进一步理解教材的内容。

《21世纪全国高等院校财经管理系列实用规划教材：公共关系学实用教程》可作为高等院校公共管理、市场营销等专业的教材，也可供企业经营管理人員和对公共关系学感兴趣的各类人員参阅。

<<公共关系学实用教程>>

书籍目录

第1篇 基础理论

第1章 总论

1.1 公共关系的历史演进

1.1.1 西方近现代公共关系的起源与发展

1.1.2 当代中国的公共关系发展

1.2 公共关系的内涵和特征

1.2.1 公共关系的内涵

1.2.2 公共关系的基本特征

1.2.3 公共关系辨析

1.3 公共关系的原则

1.3.1 实事求是原则

1.3.2 平等互惠原则

1.3.3 开拓创新原则

1.3.4 全员公关原则

1.4 公共关系的职能

1.4.1 采集信息

1.4.2 参谋咨询

1.4.3 传播沟通

1.4.4 教育引导

1.4.5 协调关系

1.4.6 塑造形象

1.4.7 监测环境

1.4.8 危机处理

1.4.9 专题策划

本章小结

习题

第2章 公共关系的构成要素

2.1 公共关系的主体

2.1.1 社会的概念、特征和分类

2.1.2 社会组织与组织环境

2.1.3 社会组织目标与公共关系目标

2.1.4 公共关系机构

2.1.5 公共关系人员

2.2 公共关系的客体

2.2.1 公众的含义与特征

2.2.2 公众的分类

2.2.3 内部公众关系

2.3 公共关系的传播

2.3.1 传播原理

2.3.2 公共关系的传播媒介

2.3.3 公共关系沟通

2.3.4 公共关系传播效果

2.4 公共关系目标

2.4.1 组织公共关系目标

2.4.2 组织形象的特征

<<公共关系学实用教程>>

2.4.3 组织形象的类型

2.4.4 塑造形象的原则

2.4.5 组织形象的塑造

本章小结

习题

第3章 公共关系调查

3.1 公共关系调查概述

3.1.1 公共关系调查的作用

3.1.2 公共关系调查的原则

3.1.3 公共关系调查的内容

3.3 公共关系调查的程序

3.2.1 确定调查的总体方案设计

3.2.2 制定公共关系的调查方案

3.2.3 实施调查方案

3.2.4 处理调查资料

3.3 公共关系调查问卷的设计

3.3.1 问卷的类型及内容设计

3.3.2 问卷的结构设计

3.3.3 公共关系调查报告的撰写

本章小结

习题

第4章 公共关系策划

4.1 公共关系策划概述

4.1.1 公共关系策划的内涵

4.1.2 公共关系策划的类型

4.1.3 公共关系策划的编制要求

4.1.4 公共关系策划书的撰写

4.2 公共关系策划的运作

4.2.1 公共关系项目策划

4.2.2 公共关系主题策划

4.2.3 公共关系目标策划

4.2.4 公共关系时机策划

4.2.5 编制公共关系预算

本章小结

习题

第5章 公共关系实施

5.1 公共关系实施概述

5.1.1 选择公共关系模式的含义

5.1.2 公共关系实施的原则

5.1.3 公共关系实施应考虑的因素

5.2 战术型公共关系活动的模式

5.2.1 日常事务型公共关系

5.2.2 建设型公共关系

5.2.3 进攻型公共关系

5.2.4 防御型公共关系

5.2.5 维系型公共关系

5.2.6 矫正型公共关系

<<公共关系学实用教程>>

5.3 战略型公共关系活动的模式

5.3.1 宣传型公共关系

5.3.2 交际型公共关系

5.3.3 服务型公共关系

5.3.4 社会型公共关系

5.3.5 征询型公共关系

本章小结

习题

第6章 公共关系评估

6.1 公共关系评估概述

6.1.1 公共关系评估的含义

6.1.2 公共关系评估的作用

6.2 公共关系评估的内容

6.2.1 公共关系工作程序评估

6.2.2 公共关系活动类型评估

6.2.3 公共关系目标的评估

6.2.4 目标受众反应的评估

6.2.5 公共关系活动效益的评估

6.2.6 公共关系机构工作绩效的评估

6.2.7 公共关系活动的评估报告

6.3 公共关系评估的方法

6.3.1 目标管理法

6.3.2 民意测验法

6.3.3 德尔菲法

6.3.4 实验法

本章小结

习题

第7章 企业文化

7.1 企业文化概述

7.1.1 企业文化的内涵与特征

7.1.2 企业的功能

7.1.3 企业文化的基本结构

7.2 公共关系与企业文化

7.2.1 公共关系与企业文化的异同性

7.2.2 公共关系与企业文化的互补性

7.3 企业文化的企业地位

7.3.1 企业文化与企业形象的关系

.....

第2篇 实务操作

第3篇 实务礼仪

参考文献

<<公共关系学实用教程>>

编辑推荐

人性化解读公共关系学的理论方法及成果，精典和新鲜的案例易于读者理论联系实际，丰富的公共关系实用礼仪拓展读者知识面。

《21世纪全国高等院校财经管理系列实用规划教材：公共关系学实用教程》特点：
科学实用：面向应用型人才就业，具备大量当前实用案例，注重培养学生实践能力；
内容新颖：借鉴国内外最新教材，融会当前最新理论，遵循最新发布的各项准则、规范；
系列完整：把握财经管理专业相关学科、课程之间的关系，整个系列体系严密完整；
方便教学：提供完备的电子教案、习题参考答案等教学资源，适合教学需要。

<<公共关系学实用教程>>

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>